



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

KERANGKA KONSEP

2.1 Tinjauan Karya Sejenis

Tabel 2.1 Tinjauan Karya Sejenis

Perbandingan	Penelitian Terdahulu I	Penelitian Terdahulu II
Nama	1. Dewi 2. Sandy Hendra Budiman 3. Shelly Hartanti	1. Baby Taszya Risaldi 2. Mega Nancy
Universitas	London School of Public Relations	London School of Public Relations
Judul Karya	Rancangan Kegiatan “ <i>Toddler’s Gadget Detox with Parents</i> ” Untuk Mengajak Anak Kembali Melatih Kemampuan Motorik dan Interaksi Sosial	Perencanaan Program Jakarta <i>Creativity & Fun Playground</i> Dalam Menunjang Aktivitas Orang Tua dan Anak

Tujuan Karya	Agar orang tua lebih peduli terhadap anak-anaknya dengan tidak membiarkan anak diusia dini bermain <i>gadget</i> sehingga anak-anak tersebut dapat bersosialisasi dengan anak-anak lain	Menunjang kebersamaan dan komunikasi antara orang tua dan anak melalui serangkaian aktivitas yang akan diselenggarakan
Teori yang digunakan	Konsep <i>Public Relations</i> , Teori Persuasif, <i>Special Event</i> , dan <i>The Nine Steps of Strategic Planning in Public Relations</i>	Definisi Kreativitas, Konsep <i>Event</i> , <i>Event Management Process</i> , Jenis & Tujuan <i>Event</i> , <i>Event</i> dalam <i>Public Relations</i> , Konsep <i>Public Relations</i> , dan <i>The Nine Steps of Strategic Planning for Public Relations</i>
Persamaan dengan Karya	Ingin anak-anak melatih gerak motorik dan menggunakan konsep Perencanaan Ajang Khusus (<i>Special Event</i>)	Target dari pelaksanaan karya, yaitu anak-anak. Selain itu, penelitian terdahulu II juga menyertakan <i>workshop</i> dalam rangkaian acara yang dilakukan
Perbedaan dengan Karya	Konsep acara berbeda, karya yang dilakukan adalah seminar bukan pelatihan, dan penggunaan teori/konsep yang berbeda	Karya yang dilakukan berbagai macam, diantaranya adalah <i>press conference</i> , <i>talkshow</i> , <i>performance</i> , tema pelatihan berbeda dan penggunaan teori/konsep yang berbeda
Kelebihan	<i>Detail</i> dalam menjabarkan setiap	<i>Detail</i> dalam menjabarkan setiap

	keperluan acara, membahas topik yang sedang tren, acara dikemas dengan menarik dan menggunakan berbagai <i>platform</i> media untuk menjangkau masyarakat luas	keperluan acara, Pemilihan <i>digital public relations</i> (Instagram) yang tepat dan mempunyai <i>tagline</i> yang menarik dan mudah dimengerti
Kekurangan	Terlalu banyak artis menyebabkan acara kurang seimbang, sehingga kurang autentik dan meyakinkan publik	Penjabaran mengenai perbedaan pola asuh orang tua kepada anak urban dan rural kurang <i>detail</i>
Evaluasi	<i>Evaluation Output, Evaluation Awareness Objective, Evaluation of action objectives, Evaluation of acceptance objectives</i>	Kuantitatif: <i>Digital Public Relations</i> , yaitu media sosial. Pembuat karya melihat dari <i>likes, followers, hashtag</i> , menghitung dengan <i>mechanical counter human traffic</i> , jumlah <i>traffic</i> mall harian, peserta pelatihan dan <i>talkshow</i> , dan <i>log book media</i> Kualitatif: <i>media monitoring, content analysis</i> , dan <i>interview</i>

Sumber: Karya tulis penelitian terdahulu melalui perpustakaan London School of Public Relations, 2019

Tinjauan karya sejenis memiliki peran dalam mendukung suatu karya. Sub bab ini membahas beberapa karya yang pernah ada sebelumnya dan digunakan sebagai referensi karya ini. Penelitian terdahulu I merupakan karya dari Dewi, Sandy Hendra Budiman, dan Shelly Hartanti dari London School of Public Relations. Judul dari penelitian terdahulu I adalah Rancangan Kegiatan “*Toddler’s Gadget Detox with Parents*” Untuk Mengajak Anak Kembali Melatih Kemampuan

Motorik dan Interaksi Sosial. Tujuan dari karya ini adalah supaya orang tua lebih peduli terhadap anak-anaknya dengan tidak membiarkan anak diusia dini bermain *gadget* sehingga anak-anak tersebut dapat bersosialisasi dengan anak-anak lain.

Dari penelitian terdahulu I ada beberapa persamaan dan perbedaan yang ditemukan. Persamaannya adalah ingin anak-anak melatih gerak motoriknya dan penggunaan konsep Perencanaan Ajang Khusus (*Special Event*). Sedangkan perbedaannya adalah penelitian terdahulu I menggunakan konsep *Public Relations*, teori Persuasif, dan *The Nine Steps of Strategic Planning in Public Relations*. Sedangkan karya ini menggunakan *Event Management*, Pelatihan, Tahap Menyusun Program Pelatihan, Jenis-Jenis Usaha Menurut Bidanganya, dan definisi Anak-Anak Berkebutuhan Khusus.

Penelitian terdahulu I mempunyai konsep acara yang berbeda. Selain itu, penelitian terdahulu I melaksanakan karya dalam bentuk seminar sedangkan karya ini melaksanakan dalam bentuk *workshop* atau pelatihan. Kelebihan dari penelitian terdahulu I adalah *detail* dalam menjabarkan keperluan acara, membahas topik yang sedang tren, acara dikemas dengan menarik dan menggunakan berbagai *platform* media untuk menjangkau masyarakat luas. Sedangkan kekurangannya adalah terlalu banyak artis menyebabkan acara kurang seimbang, sehingga kurang autentik dan kurang bisa meyakinkan publik.

Evaluasi karya dilakukan dengan *evaluation output*, yaitu melakukan *media monitoring* baik berita cetak maupun *online*. Kedua, *evaluation of awareness objectives* dimana penelitian terdahulu I membagikan kuesioner kepada peserta di penghujung acara. Ketiga, *evaluation of action objectives*, yaitu metode observasi

yang dilakukan pada saat acara berlangsung. Metode observasi dapat dilaksanakan dengan mengamati interaksi antar peserta dan keaktifan saat sesi tanya jawab. Keempat, *evaluation of acceptance objectives* dimana penelitian terdahulu I melakukan *social media monitoring*. Tujuan dari *social media monitoring* yaitu untuk melihat tanggapan *audience* dari media sosial. Caranya dengan mengamati *retweet* di Twitter, *posting* di Instagram, dan jumlah peserta yang menggunakan *hashtag* tertentu.

Penelitian terdahulu II adalah karya Baby Taszya Risaldi dan Mega Nancy dari London School of Public Relations. Judul dari karya penelitian terdahulu II adalah Perencanaan Program Jakarta *Creativity & Fun Playground* Dalam Menunjang Aktivitas Orang Tua dan Anak. Tujuan dari karya ini adalah menunjang kebersamaan dan komunikasi antara orang tua dan anak melalui serangkaian aktivitas yang diselenggarakan.

Ada beberapa persamaan dan perbedaan yang ditemukan. Persamaannya adalah penelitian terdahulu II tersebut melaksanakan *workshop* dalam rangkaian acara. Perbedaannya penelitian terdahulu II menggunakan definisi Kreativitas, konsep *Event*, Jenis & Tujuan *Event*, *Event* dalam *Public Relations*, konsep *Public Relations*, dan *The Nine Steps of Strategic Planning for Public Relations*, sedangkan karya ini menggunakan konsep Perencanaan Ajang Khusus (*Special Event*), *Event Management*, Pelatihan, Tahap Menyusun Program Pelatihan, Jenis-Jenis Usaha Menurut Bidanganya, dan definisi Anak-Anak Berkebutuhan Khusus. Selain itu, perbedaan lainnya adalah penelitian terdahulu II mengadakan *press conference*, *talkshow*, dan *performance*. Sedangkan karya ini hanya menggunakan

metode pelatihan atau *workshop*. Tema pelatihan penelitian terdahulu II juga berbeda dengan karya ini.

Kelebihan dari penelitian terdahulu II adalah *detail* dalam menjabarkan setiap keperluan acara, pemilihan *digital public relations* (Instagram) yang tepat, dan mempunyai *tagline* yang menarik dan mudah dimengerti. Sedangkan untuk kekurangannya penjabaran mengenai perbedaan pola asuh orang tua kepada anak urban dan rural kurang *detail*.

Evaluasi yang dilakukan penelitian terdahulu II menggunakan kuantitatif dan kualitatif. Metode kuantitatif dilakukan dengan *digital public relations*, dimana penelitian terdahulu II menggunakan alat ukur yaitu jumlah *likes, followers (before, during, after event), hashtag*, jumlah pengunjung acara, menghitung pengunjung dengan *mechanical counter human traffic* di *gate* bagian depan, jumlah *traffic mall* harian, peserta *workshop* dan *talk show*, dan *log book media* (jumlah media yang datang). Sedangkan untuk metode kualitatif dilakukan dengan *media monitoring, content analysis*, yaitu melihat konten dari suatu artikel dan *feedback* seperti *comment* di media sosial Instagram, dan *interview* yang dilakukan kepada peserta bazar dan wawancara pengunjung.

2.2 Konsep-Konsep Yang Digunakan

2.2.1 Perencanaan Ajang Khusus (*Special Event*)

Perencanaan ajang khusus harus dibuat secara rinci dan mendalam karena merupakan landasan penting untuk mengadakan suatu program. Sebelum melakukan perencanaan diperlukan pengumpulan data maupun riset untuk referensi sehingga dapat mempersiapkan ajang khusus secara matang dan dapat melaksanakannya dengan baik. (Pudjiastuti, 2010, p. 11)

2.2.2 *Event Management*

Konsep dari manajemen *event* merupakan pengaplikasian dari manajemen proyek yang menjadi sebuah kreasi dalam bentuk pengembangan festival, *event*, atau konferensi. Fokus dari manajemen *event* sendiri adalah seluk beluk dari sebuah *brand*, mengenali target *audience*, merancang konsep acara, merencanakan logistik, dan koordinasi hal-hal teknis yang berhubungan dengan *event* tersebut. Analisis pasca *event* dan memastikan pengembalian investasi telah menjadi pendorong utama bagi industri *event*. (Nigam, 2012, p. 5)

2.2.3 Konsep Pelatihan

(Afiatin, Sonjaya, & Pertiwi, 2013, p. 13) berpendapat, “Pelatihan merupakan salah satu cara pengembangan sumber daya manusia, selain pendidikan dan pengembangan.” Melalui pernyataan di atas, pelatihan dapat menjadi suatu sarana bagi seorang individu atau kelompok untuk mengembangkan dirinya selain melalui pendidikan sekolah atau perkuliahan.

Pengembangan sumber daya manusia perlu dilakukan untuk menghindari ketertinggalan. Menurut (Basri & Rusdiana, 2015, p. 15) “Pengembangan sumber daya manusia dalam organisasi merupakan kebutuhan dikarenakan tuntutan

dinamika lingkungan, perkembangan teknologi, ataupun persaingan bisnis yang terus berjalan.” Melalui pernyataan di atas, pengembangan sumber daya manusia merupakan hal yang diperlukan supaya dapat mengikuti perubahan yang terjadi secara cepat dari berbagai aspek dan dapat mengikuti perkembangan zaman.

2.2.4 Tahapan Menyusun Program Pelatihan

2.2.4.1 Tahap Analisis Kebutuhan Pelatihan

Sebelum melaksanakan sebuah pelatihan, perancang perlu menganalisa terlebih dahulu kebutuhan target peserta yang ingin disasar. (Afiatin, Sonjaya, & Pertiwi, 2013, p. 18)

Tabel 2.2 Berbagai Pertanyaan untuk Analisis Kebutuhan Pelatihan

Pertanyaan	<i>Detail</i>
a. Siapakah klien dari program pelatihan ini?	<ul style="list-style-type: none"> - Institusi atau pribadi? - Institusi apa? - Apa bidang kerjanya dan seberapa besar institusi tersebut?
b. Siapakah peserta dari pelatihan ini?	<ul style="list-style-type: none"> - Karyawan/peserta didik/pelajar/anggota organisasi tertentu? - Berapa kelompok usianya? - Berapa jumlah peserta? - Apa posisinya di dalam institusi? - Lamanya aktif di institusi/organisasi tersebut?
c. Apakah tujuan dari pelatihan ini?	<ul style="list-style-type: none"> - Apa tujuan yang diinginkan oleh institusi yang meminta dilaksanakannya pelatihan? - Bagaimana realitanya di dalam organisasi tersebut? - Apa yang sebenarnya diinginkan oleh peserta pelatihan? - Apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh peserta pelatihan?

	<ul style="list-style-type: none"> - Bagaimanakah kesenjangan antara yang diinginkan klien dengan yang sebenarnya dibutuhkan oleh peserta?
d. Apakah metode yang cocok untuk pelatihan ini?	<ul style="list-style-type: none"> - Apa sajakah pelatihan yang pernah diberikan kepada peserta dengan kelompok yang sama? - Apakah bentuk pelatihan yang pernah diberikan di masa yang lampau? - Bagaimana evaluasi klien dan peserta mengenai pelatihan yang pernah diberikan di masa yang lampau? - Berapakah biaya yang dianggarkan untuk pelatihan ini?

Sumber: (Afiatin, Sonjaya, & Pertiwi, 2013, p. 18)

2.2.4.2 Tahap Perencanaan Desain Pelatihan

Setelah langkah-langkah dalam tabel analisis dilakukan seorang perancang pelatihan, selanjutnya proses yang harus dilakukan yaitu tahap perencanaan desain pelatihan. Pada tahap ini perancang dapat mengumpulkan semua data yang sudah dikumpulkan terlebih dahulu lalu membandingkannya dengan kesenjangan yang dialami oleh organisasi/kelompok. Selain itu, perancang perlu menetapkan tujuan dan objektif dari pelatihan tersebut. (Afiatin, Sonjaya, & Pertiwi, 2013, p. 21)

Dalam perencanaan program pelatihan, hendaknya menggunakan prinsip SMART (Afiatin, Sonjaya, & Pertiwi, 2013, p. 21):

a. *Specific* (Khusus)

Perancang harus menentukan tujuan yang spesifik dan jelas mengapa ingin mengadakan pelatihan

b. *Measurable* (Dapat Diukur)

Sebuah pelatihan harus mempunyai indikator sebagai alat ukur penghitungan apakah pelatihan dilaksanakan dengan benar atau tidak, dan dapat mengukur keberhasilan dari suatu pelatihan

c. *Attainable* (Dapat Dicapai)

Definisi dari dapat dicapai adalah pelatihan bisa dicapai oleh target peserta yang disasar

d. *Result Oriented* (Berorientasi pada Hasil)

Indikator keberhasilan dari sebuah pelatihan adalah ketika peserta mampu mencapai target atau sasaran program

e. *Time Bound* (Dibatasi oleh Waktu)

Sebuah pelatihan perlu rancangan jadwal sehingga mempunyai rentang waktu yang realistis dan sesuai dengan kebutuhan pelatihan target peserta

2.2.4.3 Tahap Pengelolaan Pelatihan

Pada tahap ini, ada berbagai hal yang perlu dipersiapkan yaitu menyiapkan materi pelatihan, metode pelatihan, menentukan pelatih, administrasi, dan logistik. Tidak hanya itu, jadwal pelaksanaan pelatihan juga harus diatur sebaik mungkin. Jadwal harus diatur sedemikian rupa sehingga jelas, mudah dimengerti, namun juga *detail*. (Afiatin, Sonjaya, & Pertiwi, 2013, p. 25)

2.2.4.4 Tahap Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan yang diselenggarakan harus mengacu kepada perencanaan, *design*, dan metode yang sudah direncanakan. Selain itu, akan lebih baik jika setiap selesainya sesi, tim melakukan evaluasi terhadap sesi-sesi tersebut sehingga progresnya dapat dipantau. *House of rules* dalam sebuah pelatihan juga diperlukan antara pelatih dan peserta, hal ini bertujuan agar pelatihan berjalan dengan baik dan lancar. (Afiatin, Sonjaya, & Pertiwi, 2013, p. 25)

2.2.4.5 Tahap Evaluasi Pelatihan

Evaluasi mencakup metode pelatihan, pelatih, dan proses penyelenggarannya. Semakin *detail* evaluasi yang ada, maka semakin baik untuk dokumentasi data. Evaluasi juga sebaiknya dilakukan dengan memberikan lembar kuesioner atau survei setelah pelatihan berakhir kepada peserta, supaya jawaban akurat. (Afiatin, Sonjaya, & Pertiwi, 2013, p. 28)

2.2.4.6 Tahap Tindak Lanjut Pelatihan

Langkah terakhir merupakan langkah yang menjadikan pelatihan sebagai wujud konteks yang diterapkan dalam kehidupan nyata dalam institusi atau organisasi. Untuk mewujudkan tahap ini, harus ada hubungan yang dekat antara pelatih dan institusi atau organisasi. (Afiatin, Sonjaya, & Pertiwi, 2013, p. 28)

2.2.5 Jenis-jenis Usaha Menurut Bidanganya

Usaha menurut bidanganya mempunyai beberapa jenis, yaitu usaha kuliner, barang, dan jasa. (Ayodya, 2012, p. 7).

Workshop EZ-PAO berfokus pada jenis kuliner. Usaha kuliner adalah usaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman. Usaha yang menyediakan bentuk makanan dan minuman apa pun termasuk jenis usaha kuliner. Usaha kuliner terbagi dalam beberapa bagian menurut produk kulinernya, (Ayodya, 2012, p. 7) yaitu:

1. Usaha Tempat Makan
2. Usaha Roti dan Kue Basah
3. Usaha-Usaha Aneka Katering
4. Usaha Jajanan Gerobak
5. Usaha Aneka Minuman
6. Usaha *Snack* (Makanan Ringan)

2.2.6 Anak Berkebutuhan Khusus

Anak berkebutuhan khusus merupakan anak-anak yang mempunyai keterbatasan dan mempunyai perbedaan yang signifikan dengan anak-anak pada biasanya, sehingga memerlukan cara belajar yang berbeda dan perlu kurikulum yang disesuaikan dengan masing-masing anak. (Pedoman Pelaksanaan Identifikasi dan Asesmen bagi Peserta Didik Berkebutuhan Khusus, 2017, p. 3)

Anak berkebutuhan khusus dapat dibedakan menjadi dua kategori, yaitu sifat temporer dan permanen. Jika sifat temporer tidak mendapatkan penanganan yang tepat, maka kemungkinan besar dapat berubah menjadi permanen. Contoh dari sifat temporer seperti anak yang mengalami kejadian yang buruk, perbedaan lingkungan rumah dan sekolah, kekeliruan dalam pendidikan, isolasi maupun kemiskinan. (Pedoman Pelaksanaan Identifikasi dan Asesmen bagi Peserta Didik Berkebutuhan Khusus, 2017, p. 3)

2.2.6.1 Klasifikasi ABK

Terdapat beberapa klasifikasi untuk membedakan jenis dari anak berkebutuhan khusus, yaitu tunanetra, tunarungu, tunagrahita, tunadaksa & gangguan kesehatan, tuna laras, autisme, kesulitan belajar khusus, lambat belajar, dan kelainan majemuk. (Kurikulum 2013 Pedoman Pelaksanaan Kurikulum Bagi Peserta Didik Berkebutuhan Khusus di Sekolah Inklusif, 2014, p. 15)

Peserta pelatihan *workshop* EZ-PAO terdiri dari ABK Menara Karya dengan jenis tunagrahita, autisme, dan lambat belajar. Berikut merupakan definisi dari klasifikasi ABK yang mengikuti *workshop*.

a. Tunagrahita

Tunagrahita adalah seseorang yang mengalami hambatan intelektual dengan skor kecerdasan di bawah 70 (skor kecerdasan normal antara 90-110), mereka tidak dapat mengikuti pembelajaran dengan tuntutan kurikulum reguler. Penetapan skor kecerdasan dilakukan oleh psikolog atau profesional lain yang berwenang berdasarkan hasil tes psikologi. (Kurikulum 2013 Pedoman Pelaksanaan Kurikulum Bagi Peserta Didik Berkebutuhan Khusus di Sekolah Inklusif, 2014, p. 15)

b. Autis

Autisme atau autistik merupakan gangguan perkembangan neurobiologis yang kompleks meliputi gangguan pada aspek perilaku, interaksi sosial, komunikasi, serta gangguan emosi dan persepsi sensoris yang muncul pada usia sebelum tiga tahun. Karakteristik penderita autisme ditandai dengan empat tanda dasar yaitu isolasi sosial, keterbelakangan mental (sekitar 70-75% dari penyandang *autism*), defisit bahasa, serta perilaku yang diulang-ulang (stereotip). (Kurikulum 2013 Pedoman Pelaksanaan Kurikulum Bagi Peserta Didik Berkebutuhan Khusus di Sekolah Inklusif, 2014, p. 16)

c. Lamban belajar

Lamban belajar atau *slow learner* adalah peserta didik yang memiliki skor IQ antara 70-90 yang mengalami kelambanan belajar dibandingkan dengan kelompok teman-teman sebaya mereka, namun tidak memiliki keterbelakangan yang serius yang memerlukan pendidikan khusus. (Kurikulum 2013 Pedoman Pelaksanaan Kurikulum Bagi Peserta Didik Berkebutuhan Khusus di Sekolah Inklusif, 2014, p. 17)